

第5期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会
(第3回)
議事録

消費者庁消費者政策課

第5期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会

(第3回)

議事次第

日時: 令和6年 10 月 29 日(火) 13:00～15:00

場所: クロスコープ新橋内幸町

(オンライン会議との併用)

1. 開会

2. 議事

①「第5期消費者基本計画」について

②今後のスケジュール

3. 閉会

○事務局 定刻となりましたので、「第5期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会」第3回を開催いたします。本日は、お忙しいところお時間をいただき、ありがとうございます。

本日は、会場とオンラインのハイブリッド形式で会議を執り行います。ご参加いただいております委員につきましては、お配りしているご出席者一覧をもって、ご紹介に代えさせていただきます。なお、宮木委員はご都合によりご欠席です。

それでは、本日の配布資料の確認をさせていただきます。「資料1」が第5期消費者基本計画素案の概要、「資料2」が素案本文、「資料3」が今後のスケジュールとなります。そのほか、参考資料となります。不足のある方は、事務局にお申し付けください。なお、基本計画の素案については、現段階で調整中の内容を含むものとなっておりますので、概要とともに、最終案に向けて精査されるものということでご承知置きいただければと存じます。

続きまして、本日の議事の扱いについてご案内いたします。本日の議事は、事前登録のあったプレスを対象にオンラインで公開となっております。会議資料は、終了後、当庁ウェブサイト公表いたします。議事概要については、作成し次第委員にご確認の上、発言者を表示しない形で当庁ウェブサイト公表いたします。また、議事録については、委員にご確認の上、発言者が分かる形で後日しかるべき時期に公表することとしております。

続きまして、会場でご参加の皆様へのお願い事項になります。オンラインシステムへの接続のため、ご発言の際は、マイクのご利用をお願いしたいのですが、ハウリング防止のため、お手数ですが、ご発言時以外はマイクをオフにさせていただきますようお願いいたします。続きまして、オンラインでのご参加者様へのお願い事項になります。委員におかれましては、カメラは常時オンにいただき、マイクについてはミュートに設定の上、ご発言いただく際にミュートを解除いただくようお願いいたします。ご発言をいただく際は、オンライン会議システムの上部にある「手を挙げる」ボタンを押していただき、ご発言順は座長の進行に準ずる形でお願いできればと思います。また会場でご参加の委員も含めまして、ご発言の前にお名前を名乗っていただきますようお願いいたします。なお、プレスのオンライン傍聴の方におかれましては、マイクはご利用いただけませんので、あらかじめご了承ください。また録画・録音につきましてもご遠慮いただきますようお願いいたします。

それでは、この後の進行は山本座長をお願いいたします。座長、よろしくお願いいたします。

○山本座長 山本でございます。よろしくお願いいたします。それでは議事次第に沿って議事を進行させていただきます。はじめに議事の1、第5期消費者基本計画についてという点ですが、この点につきまして事務局よりご説明をお願いいたします。

○鮎澤課長 消費者庁消費者政策課の鮎澤でございます。私から資料1に基づきましてご説明させていただきます。着座にて行います。資料1、第5期消費者基本計画（素案）の内容をご覧ください。本文が大量のため、概要で私から説明させていただきます。まずこの概要でございますけれども、第1章から第4章まででございます。このうち第1章から第3章まではこれまでも議論いただいたところではございますけれども、今回第4章につきまして新たに作成させていただきました。では説明にまいります。

まず第1章で現状の課題でございます。1ポツでデジタル技術の飛躍がございますが、こちらか

ら5つ程説明を課題として挙げております。まず(1)で「消費生活におけるデジタル技術の浸透」を掲げております。こちらは65歳以上のモバイル端末などの利用率の高さ、こういうものを踏まえまして、年代を問わずインターネットやSNSなどでは日常のものとなっております。これらを踏まえまして課題としてデジタル社会において、全ての消費者は消費者トラブルのリスクにさらされているということを挙げております。(2)で消費者の取引環境の急激な変化に伴う環境整備の必要性を挙げております。昨今、イノベーションにより予測できない急激な変化が生じていることも想定されるところでございます。また法律の外側でデジタル技術によって公営技術の摩擦などの問題も生じつつございます。

このような状況を踏まえまして、課題といたしまして消費者の実績、合理的な選択が妨げられてしまうようなことなどを掲げております。

2ポツとして消費生活のグローバル化の進展でございます。(1)で海外事業者との取引の増加を挙げております。次のページ、2ページ目にまいりまして、課題としまして、取引内容などの理解、あるいは海外事業者に対する規律、消費者被害が生じた場合の救済などを挙げているところでございます。(2)で訪日外国人旅行者などの消費拡大を挙げております。こちら示している通り旅行者数、2500万人を超えるなど増加の一途でございますけれども課題としましては多言語化といったコミュニケーションツール、あるいは相談体制の実効性の確保などを挙げているところでございます。3つ目の課題として社会構造の変化がございます。(1)で消費生活に配慮を要する消費者の拡大ということで、こちら高齢化率が過去最高を更新している状況でございます。課題としましてはあらゆる世代の消費者が年齢や配慮の程度に関わりなく安心して安全な消費行動をとることができるための支援を挙げております。(2)でコストなどの適切な価格転嫁を挙げております。こちらは課題といたしまして賃金と物価の好循環が政府目標として挙げられているところでございますが、こちらの必要性に対する社会全体の理解が必要だろうと考えております。

ページ変わりまして3ページ目でございます。課題の4つ目としてより良い社会の実現と国際協調への貢献を挙げております。SDGs12では消費者政策と密接に関連するところでございますけれども、誰一人取り残さないのキーワードが2030アジェンダの基本的な理念でもございますので、こういうものを挙げた上で課題としましてはSDGs達成への取組の加速化、あるいはビヨンドSDGsなど達成年限後も見据えた基本理念の継続を挙げております。

(2)で事業者と消費者の協創協働を挙げております。生産と消費は密接不可分ございまして、このより良い消費行動が循環型経済実現のために必要だということで、当庁では消費者志向、自主宣言事業者をお願いするところでございますけれども、こちらが734社現在ございまして、一方、課題としましては消費者自らの行動が社会を変えうる力となりうるという意識の醸成が必要だろうと考えております。

5番目の課題としてエネルギー食糧危機と自然災害の激甚化・頻発化でございます。こちらは(1)でこれらのリスクの高まりを挙げているところでございまして、課題としましては価格及び需給の安定を挙げております。(2)で緊急時における消費行動の変化を挙げております。こちらは災害に便乗した悪質商法などがございまして、課題としては正確十分な情報の発信、あるいは普段からの備蓄などを挙げております。

以上が第1章の課題でございます。次、4ページ目にまいりまして第2章、目指すべき社会の姿

でございます。こちらにもいくつか節を設けておりまして、まず1ポツで第5期消費者基本計画における消費者政策の基本的な方向性をまず挙げております。第1章の課題のところではデジタル技術の進展や社会構造の変化など、消費者取引環境の急激な変化を踏まえまして、以下でいくつか目指す方向性を掲げているところがございます。まず一般的・平均的・合理的消費者像に対する情報の質量、交渉力の格差の是正というのがこれまでのものでしたけれども、これらに加えて現実の消費者は様々な脆弱性を有するということの認識が必要だろうと考えております。

また認知機能の低下などは配慮を要する消費者であるというものから、認知機能の低下は脆弱性の一類型であるというような捉え方もしております。また、消費者と事業者は相対する関係から健全自立的な取引社会を協創協働するパートナーであるなど吟味しているところがございます。

2ポツにまいりまして、目指すべき社会の姿でございます。まず(1)で消費者が信頼できる公正公平な取引の環境を挙げております。これらは以下①、②、③と挙げていますけれども、まず①で悪質事業者の市場からの排除、そして②としてソフトな手法の活用。さらに③で事業者の自主的な規律の整備などを挙げておりまして、本期間中、あるいは2040年に向けた目標としましては実効性の高い必要な規律を整備することなど挙げている他、5ページにまいりまして、2040年に向けた目標としましては様々な規律によって悪質事業者が排除される仕組みなどを実働させるというようなことを挙げております。

(2)で全ての世代における消費者力の実践でございます。こちらまず①で消費者市民社会の実現を掲げております。いわゆる消費者力として気づく力、断る力、相談する力、周囲に働きかける力と挙げておりますけれども、これらを実践することが必要だろうと考えております。またより良い市場とより良い社会の発展に積極的に関与するという消費行動から日本型のウェルビーイングを広げていくということを挙げております。本期間の計画で、あるいは2040年の目標といたしましては消費者が消費者市民社会の一員として健全な市場形成に参画する意識の醸成。また配慮を要する消費者の支援対策の構築を挙げております。2040年に向けましてはやはり究極的には全ての消費者が誰一人取り残されことなく安心して安全な消費活動を行うことができる社会の構築を掲げております。

②でデジタルスキルリテラシー、情報モラルなどの向上を挙げております。6ページにまいりましてこれらの期間中の目標、あるいは2040年に向けた目標といたしましては、やはりデジタルリテラシーを習得できる仕組みを構築していくことなど示しております。

③で相談苦情処理体制の整備強化でございます。まず消費者ホットライン188などの強化、あるいは事業者における苦情処理の体制整備を示しておりまして、本期間中、あるいは2040年に向けた目標といたしましては、先ほどの相談体制の整備、またADR、あるいはODRを通じた消費者トラブルの解決を行っていくというものを示しております。(3)で持続可能で包摂的な社会の実現でございます。まず①で先ほどの課題の多様な消費者の脆弱性を踏まえた対応の充実ということを挙げておりまして、例えば製品安全に関する施策の推進などを挙げているところがございます。また本期間中の目標、あるいは2040年に向けた目標としましては、例えば認知機能の低下や地域のつながりの希薄化に応じた支援制度の構築、また子供の不慮の事故による死者数の前年比減少、さらに2040年には4割を超える単身者を支える地域のネットワークの構築などが必要だろうと挙げております。

7ページ目にまいりまして②として持続可能な消費と生産の実現でございます。消費者と事業

者の協創協働を掲げており、消費者は事業者に対する共感や応援の気持ちなどを消費行動を通じて示すような社会、また風評などの払拭などに取り組むようなことを挙げている他、2番目でカスタマーハラスメント対策として消費者・事業者双方の信頼関係の構築などを挙げられています。期間中や2040年の目標につきましてはまず消費者志向自主宣言事業者数の増加、またさらに消費者と事業者が協創協働するパートナーとして健全な市場を形成する社会の実現やカスタマーハラスメントが起きない社会の実現を目指していくというものを挙げられています。以上が第2章で目指すべき姿でございます。

8ページ目にまいりまして第3章で消費者政策の推進でございます。まず1ポツで行政の役割を挙げられています。(1)で消費者法制度のパラダイムシフトを挙げられておまして、全ての消費者の脆弱性を正面から捉えるという課題も踏まえまして、消費者法制度の再編・拡充に向けた検討を行うことなどを挙げられています。

(2)の地方消費者行政の推進でございます。まずこの関連でございますけれども、地方消費者行政強化作戦につきましてはこの第5期の計画に基づきまして取り組んでいくという整理を行ったところでございます。その整理を踏まえまして①からになりますけれども、まず人口減少・高齢化・デジタル化に対応した地方消費者行政の方向性を挙げられています。デジタル技術の活用などによる効率化・高度化、これによって特に配慮を要する消費者への活動の充実などを促進すること。またその際には引き続き地方公共団体との連携を強化し、国及び国民生活センターによる支援をさらに充実していくことを挙げられています。

②で消費生活相談体制の充実でございます。いくつか具体例を挙げられていますけれども、地方の実情に応じた相談体制の構築の促進、都道府県による市町村への援助や調整の促進などを挙げたところでございます。

また行政職員のレベルアップ、あるいは消費生活相談員の確保などによる技術向上、さらにパイオネット刷新による新システムへの移行によるDXなどを通じて業務の効率化・高度化・負担軽減を図ることを挙げられています。この他に相談データの分析、あるいは有効活用なども図っていくということも示しております。

③で地域における見守り活動、消費者教育の充実を挙げられています。こちら8ページから9ページになりますけれども、やはり地域の実情に応じて取り組んでいくこと、さらに多様な主体の連携によってこちらも人口規模、あるいは地理的環境を踏まえた柔軟かつ重層的な取組を促進していくこと。さらに先進的なモデル創出、あるいは優良事例の抽出及びこれらの横展開などを図ること。消費者教育については金融経済、あるいは情報など、消費者教育と密接に関係する分野との連携を図りながら消費生活センターは地域社会における消費者教育の拠点となるようなことを挙げられています。

④ですが、こちらは地方消費者行政予算の拡充の促進と国の支援の充実でございます。引き続き国としても取り組んでいくところでございます。

次、(3)になりまして、関係省庁及び地方公共団体における関係の強化の連携でございます。こちら消費者政策と協創政策の連携強化ということを挙げられておまして、第4章でも記述しておりますけれども独禁法などの連携活用などを図っていくところでございます。

2ポツとして事業者及び消費者の役割と期待がございます。事業者の役割と期待としては消費者と事業者は協創協働するパートナーであると、消費者志向経営を行うことがより良い社会につな

がるということを挙げておりまして、事業活動におかれては自ら遵守すべき規律の作成などを行っていただきたいというものを挙げております。

(2) で消費者の期待でございます。こちらは誰もが消費者トラブルに遭う可能性があることの認識を持っていただくこと。またデジタル時代に求められる消費者力の習得実践が必要であるようなことを挙げております。

また消費者団体との連携でございますが、どうしても消費者の埋もれがちな声の集約と表明、あるいは消費者教育の担い手など重要な役割を果たしていただきたいと共に、我々も消費者団体の役割を消費者政策に積極的に活用させていただくというようなことを記しております。

10 ページ目にまいりまして、行政・事業者・消費者の連携による持続可能な社会の実現でございます。事業者におかれては持続可能な社会の実現に資する商品サービスを提供していただき、消費者はこれらのものを進んで選択し、このような行動変容を推進するため官民一体で広報するというものも挙げております。

以上が第3章でございます。次にページ変わります。11 ページ目で第4章、消費者政策における基本的な施策でございます。こちらは1ポツの消費生活を取り巻く最近の課題への対応ということで、以下1ポツ2ポツから5ポツまでありますけれども、右側の米印にございますように第1章の課題にそれぞれ対応した建付としております。まず1つ目のデジタル技術の飛躍に関する対応でございます。こちらは基本的にいろいろな個別を書いているものでございまして、各考え方に基づいてまとめた上で個別政策を位置づけております。

まず消費者の意思決定過程のデジタル技術の関与を踏まえた対応でございます。これらの高度なマーケティング手法、例えばフィルターバブルやエコーチェンバーなど、あるいはアテンションエコノミーなどについて、消費者の知識を向上させていくこと、またOECDなどの関係機関とも連携して、消費者の自立的な意思決定を確保するための必要な施策を講じるというものを挙げております。

次に取引デジタルプラットフォームにおける公平性の確保を示しております。こちらは取引デジタル消費者法などの活用を検証などを行った上で安全な場を提供するもの。あるいはスマートソフトウェア競争促進法などの着実な施行運用を挙げております。

次にAI技術の適切な活用でございまして、こちらは各種AI制度のあり方を検討する他、諸外国のパートナーと連携、またガイドラインなどの周知などを行っていくところでございます。

次に有害情報などからの消費者利益の擁護でございます。こちらにつきましても大規模プラットフォーム事業者に対して削除対応の迅速化、運用の透明化を求めるなど、関係機関にご協力いただくようなものを行っていく他、個人情報の違法性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護すること、あるいは消費者教育ポータルサイトを用いてデジタルに対応した消費者教育を推進していくというようなことを挙げております。

決済サービスの多様化や対応も記述しておりまして、こちらはまずキャッシュレス対応やクレジット対応決済について、法令で講じた措置を適切に運用していくことをはじめ、割賦販売法など各種法令を適用した上でキャッシュレスの適切な利用普及していくことを挙げております。

12 ページになりまして、デジタルリテラシー、金融リテラシーの確保でございます。こちらは各種消費者教育というところでございますけれども、J-FLECさんなどにご協力いただいて金融経済教育の推進取組などを挙げております。

次に（２）で課題２つ目に対応するものとして消費生活のグローバル化への進展への対応でございます。こちら海外取引に関するトラブルや対応、未然防止などを挙げておりまして、関係各機関との協力などを挙げているところでございます。

１３ページにまいりまして海外ＯＴＡ（Online Travel Agent）でございます。こちらトラブル事例の収集、現状の課題の分析などを行った他、ガイドラインの点検、あるいは改善などの対応を促すものを挙げております。関係機関との連携ということで国際シンポジウムの海外の政府機関、あるいはＯＥＣＤへの参画、こちら連携強化を図るものでございます。

（３）で３つ目の社会構造の変化への対応でございます。こちらは配慮を要する消費者への対応を挙げておりまして、ネットワークの活用、あるいは各種制度などを活用した施策を挙げているところでございます。また特にネットワークにつきましては促進担手の確保、優良事例の横展開などで地方公共団体の支援をはじめ、こちら福祉部局、教育部局、防災部局、警察職員等々の周辺関係機関などにも働きかけていって協力連携を得るというものを挙げております。

１４ページにまいりまして、この他に成年後見制度などの活用を示しておりまして、こちらは同制度の継続的な周知公表、さらなる担手の育成、あるいは支援センターにおける特定援助対象者法律相談援助の実施なども挙げているところでございます。

（４）でより良い社会の実現と国際協調への貢献の対応となりまして、まずエシカル消費、消費者志向経営などの推進を挙げております。またカスタマーハラスメント対策としまして、まず消費者が適切な意見の伝え方を身につける教育啓発、あるいは事業者による労働者保護のための強化の検討なども挙げております。

○山本座長　ありがとうございます。それではこれより議論の方に行きたいと思います。特段場所を区切りませんので、映像データでも結構ですので、お気付きのところをご発言いただければと思います。会場にご参加の委員は挙手をしていただいて、オンラインでご参加の方は手を挙げるボタンを押していただければと思います。私からご指名させていただきますので、発言時はお名前を名乗った上でご発言をいただければと思います。それではご意見のお有りの方はどなたでも結構ですので挙手をお願いしたいと思います。西田委員、お願いします。

○西田委員　よろしくお願いします。取りまとめご苦労様でした。大変な作業だったかなと思います。東京科学大学の西田と申します。よろしくお願いします。コメントというか、こういう点が飲み込めないということで何点か申し上げたいと思います。よろしくお願いします。

ひとつは、詳細の方の基本計画素案の２８ページで、今ＡＩの適切な活用ということでＡＩのリテラシーなんかを高める必要がありますという話があったんですけど、これは前回も申し上げましたが、消費者行政のこの問題にＡＩの研究者、ＡＩの技術者も参入を促すと良いなと思っていて、彼らはいろんなアイデアがあるのと、そう言うと言弊があるんですけど、大変魅力的なテーマでもあると思うんです、研究とか課題解決という意味で。なのでＡＩを使いこなすというのが書いてあるんですけど、どちらかというとＡＩの技術者・開発者も購入に巻き込むような制度、人材育成プログラムがあると良いなと思いました。これが、１点目です。

次に、３７ページ目のあたりの子供の安全の確保ということで、これはトップ出ししていただいて非常に大事な問題だと思うんですけど、一方、前半のＳＤＧｓで誰一人取り残さないという箇

所があって、多様な人がいる、認知症というのも脆弱な消費者のひとりですという話がこういうことと関係するんですけど、実は子供以外にも認知症とか高齢者の製品安全が大きな問題になってきているので、子供も大事なんですけど高齢者の安全確保というのも大事な分野かなというふうに思っています。脆弱性でいうと子供と同じように高齢者も非常に重篤な事故になりやすいというデータが出ていますので、子供以外にも、こういう点も書き込みができるの良いのかなと思いました。

さらに、この部分なんですけど、チャイルドデスレビューと話を書いてあるんですけど、ひとつ問題なのが予防をするためには原因が分からないといけないというのが大前提だと思っています。チャイルドデスレビューは実は原因究明じゃないですよということを盛んに言われています。私の見解では、原因究明ではないというのはおかしいなと思っており、原因が分かった上での予防が大事だと思っています。原因が分かるために一番欠けているのは警察のデータです。これが実はこのチャイルドデスレビューでも利用できないし、子供の安全の上でも全く利用できないということがあります。正確には最終的には警察庁のデータじゃなくて検察庁のデータだと思うんですけど、その予防における利活用の推進が大事だなと思っています。これは一朝一夕でいかないので、まずは検討から始めるぐらいの話が入っていると良いかなと思います。なかなか組織の名指しは難しいという話もありましたので、今利活用されていないデータの活用に関して検討をすべきぐらいのことはあると良いかな。じゃないと何ら新たな試みをせずとも「既にやっている」ということに安易になっちゃうので。十分やっているところはあるんですけど、まだまだやれていない部分があるので、そこを書いていただくと良いかなと思います。その点は昨年出された日本学術会議の見解でも、9月に出されたんですけど、そこにも述べられております。

次に、38ページ目に誤飲と窒息というのを特出しして書いてあるんですけど、やらなきゃいけないのはこれ以外にもあるので、この誤飲を取上げるのであれば、これは、特に必要と書いていた方が良いと思うんです。窒息以外の他の事故も大事であるので、それがくみ取れるようにすると良いかなというふうに思っています。

この窒息・誤嚥に関して実は、なされていないのが、安全基準である。大きさの基準なんかはあるんです、例えば、39ミリ以下は危ないですよという話があるんですけど、どういうものが窒息になりやすいのかって実は解明が進んでいないんです。研究が全然足りていないです。というところで、これも学術の人を巻き込んで、基礎研究を大きく育てていく必要があるかなというふうに思っています。海外は窒息というのはサーベイなんですね、窒息だけのデータ収集があります、SUSYと呼ばれているんですけど、これは日本には全くないです。こういうところの整理も必要じゃないかなというふうに思っています。

最後、1点だけなんですけど、46ページに飛びまして、EBPMという大賛成なんですけど、よく分からないですね、EBPMってなんのことかという。ロジックモデルを作ったり、KPIを設定して終わりみたいなのが結構散見されるところがあって、実は何がEBPMの成功事例とかがあって、取組の調査をまずして、よく理解をするということをやってみると良いのかなというふうに思います。EBPMのためには、実は包括的な取組が必要だと思っています。先ほどの安全の分野でもEBPMが分かりにくいので、分かりやすい資料を作りました。啓発しましょうという話になりがちなんですけど、それはひとつなんです。分かりやすい資料を作ったり、漫画にしたりいろんなことをしても、実は調べてみると、予防方法や対策を分かっているやらない

という消費者が多いんです。分かっていないからやらないわけじゃなくて、分かっていても面倒だからやらないというのが結構あるんです。ということで、啓発とか行動変容に頼りすぎない方法を見つけていく必要があるかなと思います。補助制度であるとか、支援員を派遣して何か手伝ってくれるであるとか、条例を作るとか、いずれも包括的な取組が海外ではされているということで、啓発とかそういうことだけにあるべきじゃない包括的な方法の良い事例を調査されると良いかなと。調査は、問題なくできると思います。以上、コメントをさせていただきました。よろしくお願いします。

○山本座長　ありがとうございました。それでは他に、中川委員、お願いします。

○中川委員　ちょうど西田委員がK P I とE B P Mについて言及されましたが、これは同じく私もよく分からない。むしろ誤解をみんなしているんじゃないかなという感じがしています。K P I を示してE B P Mにささっとつなげてしまうのはよろしくない、言葉がひとり歩きしているので。K P I は、企業経営であれば、この仕事を始めた以上、こういう数字が出るのは当たり前だなというものをK P I として設定した上で、実際の数値を見てそのまま続けるのか、人員をもっと張り付けるのか、人員を他に持っていくのかというマネジメントの発想を持ちましょうという、その程度の話です。K P I をあんまりたくさん作りすぎて結局つじつま合わせになって、何の改善もしていないのにちゃんとやりましたみたいな作文になってしまうというのが政府の現状なのではないか。K P I が多すぎるので数を減らす方が大事。それからK P I を実現することは目的ではない、改善への発端を得ようというのが目的なんだけど、K P I 達成が自己目的化していて現場は疲弊している、そういう状況があるというのが現在の政府のK P I に関する批判的な見方だと思います。

それに対してE B P Mはこれもいろんな人がいろんな意味で使っている。K P I と同じ意味で使っている人もいれば、おそらく経産省が言っているE B P Mはデータドリブンだけの意味、データがあるんだから使えという意味。それはE B P Mじゃないです。E B P Mは政策評価のプログラムエバリュエーションという、かなり細かい作業です。先ほどロジックモデルだとおっしゃいますけども、こういうふうなロジックで効果が出るはずだ。だけど他の要因で効果が出たかもしれない、本当にこの施策で効果を出せたのか、意味があったのかをできるだけ正確に発見してみようという作業です。しかし、基本的にほとんどできないんです。政策はあまりにも影響要素が多すぎて。ある施策を受けた人とそうじゃない人と分けることが、現実の政策ではできないので、平等原則があるので。その中で評価しようというのですから、本当にお金と時間のかかる、かけたわりには大したことが分からないというのがE B P Mなんです。なのにどんどんいろんな人がこの言葉を使うことによって全く違う意味になって、あちこちで使われているんですが、議論を邪魔しているところがあるので、ここはあまりこういうふうにかかない方がいいんじゃないか、E B P Mが政府の目標であるというのは分かっていますが、ただ既に言葉遣いがおかしいんじゃないかという批判はたくさん出てきている、行政学者とか公共経済学者とかの間です。ここはむしろ先ほど西田先生がおっしゃったように、E B P Mってなんなのか、本当に成功しているのか、冷静に考えて、本当の意味で改善、やっている人が意味があると思える仕事になるようなE B P Mをやるとか、K P I というのはもっと少なくていいはずなんです。K P I を作るこ

と、達成することが目的ではないというような感じでこの消費者計画において、K P I、E B P Mの本来の考え方を述べた方がいいんじゃないか、これから5年間の計画なんですから。それが一点です。

その他言葉がこれでいいのかなというところをいくつか指摘させてください。先ほど読み上げと私の手許のページ数がずれていたのも、もしかしたらずれていたかもしれませんが、私のものだと4ページなんですけど、第1章の1、第5期消費者基本計画における消費者政策の基本的方向性の1の最後から2番目、施策の手法とあるんですけど、これは施策の実効性を確保しておくという意味じゃないかなと、施策は決まっていて、それを守らせるために悪質に、厳正な対処をするという実効性確保の仕方もあるれば、遵守する気のある人にそれを促進するというようなものもあるといいんじゃないか。実効性確保のための手法という表現だと明確だったというふうに思いました。

もう1点では、これはたぶん字抜けだと思うんですが、私のものだと6ページですけれども、上から3行目の2040年に向けた目標というのがあるって、これの2つ目の黒ポツで、多分これはデジタル空間ではないかと思うんですが、ご指摘をしておきます。

それから私のページだと10ページ、第4章、消費者政策における完璧な施策の1の(1)の2番目の鍵括弧と言いますか、取引デジタルプラットフォームという取引環境の下での略語なんですけど、取引D P Fというのが私ずっと違和感があります。なんでプラットフォームというひとつの単語がP・Fに分かれるのかです。せいぜいD P なんじゃないかと。でなければデジタルプラットフォームと長いけど書くしかないんじゃないか。D P Fという略し方は、でやめた方がいいと思います。余談ですけど、デジタルプラットフォームのことを最初はプラットフォームと呼んでいたんです。今はなくなりましたよね。プラットフォームって違う意味なんです、ゲーマーの世界の言葉で。英語ではプラットフォームなんて絶対に言わないんです。それもありまして、できればD P Fという略語は潰したいと思っています。

それからその下の方の、同じページなんですけど、下から4番目の鍵括弧で違法有害情報の2番目のところ、メタバース等のところなんですけども、安心安全となっていて、他は安全安心。私、消費者安全をやっていますけども、安全安心というのが正しい用語だそうです。勝手に安心してはいけないう。安全があって初めて安心、阻止するんだなというふうに。

その下ですね、鍵括弧、決済サービスの多様化のところなんですけど、キャッシュレス決済やクレジット決済と書いてあって、その次の黒ポツがキャッシュレス決済なんですけども、これは単にキャッシュレス決済でいいんですかね、クレジットも入ってくると思いますので。決済、当然ながらクレジットは含むそんな感じでいいのかなというふうに思いました。

最後に1点だけ、これは意味の確認なんですけど、私の方では14ページ、一番下で、2の消費者安全、自主的かつ合理的選択として、自律的な選択という3つの言葉が並んでいるんですけど、最初が消費者安全の分野、次の2番目の自主的・合理的な選択は景表法に書いてあるので消費者表示の分野であると思いますが、自立的な選択というのは消費者契約で取引を念頭に置いているのかどうか。こういう言葉を使って消費者取引のあるべき姿を表していたのか私、定かではないので、その確認をしていただいた方がいいと思いました。以上です。長くなってすいません。

○山本座長　ありがとうございます。かなり指摘をいただきました。それでは他に、オンライ

ンで郷野委員、お願いいたします。

○郷野委員 取りまとめ、どうもありがとうございました。私からは何点か気になったところを発言させていただきたいと思います。資料2の消費者基本計画のページと行数が入っているものの方でよろしくをお願いいたします。

まず19ページ、14行目のカスタマーハラスメントが起きない社会が実現するという表現についてです。ハラスメントは受ける側の感じ方でもあり、起きない社会という表現がとても気になりました。ハラスメントが起きない社会の実現というよりは消費者と事業者の信頼関係が重要であり、その点については前段で触れられているのでこの文はなくてもいいように思いました。残すとするならば、例えばカスハラをする消費者が悪いという印象を与えないように前に「消費者と事業者、双方のコミュニケーションで」を加えるなどの工夫があると誤解は招かないのではないかと思います。

それから20ページ目の31行目に「検討にあたっては消費者委員会及び独立行政法人国民生活センター等と連携し、消費者の意見を反映していく」とありますが、すごく簡潔なので、現行基本計画と同程度の記載ぶりにしてほしいと思いました。

それから26ページ目の5行目、消費者団体との連携についてです。この有識者懇談会をはじめ消費者委員会など各方面で今後の消費者団体のあり方、担い手などについての課題が出されていたかと思いますが、その点について触れられていないように思います。消費者団体が消費者行政推進の重要な役割を果たすためにも消費者団体の現状把握が必要であり、中断している消費者団体基礎調査の再開を計画の中に入れるべきと考えております。併せて支援の検討も必要です。

前回の叩き案のところで第3章の1の中に「海外消費者団体の活動実態や行政との連携状況など消費者団体の役割について調査研究を行う」とあったように記憶しているのですが、今回削除されていると思います。消費者行政もグローバルに見ていく必要があると考えますので復活させるべきだと考えます。

それから27ページ目の7行目に「本計画から3年目を目途に中間点検を行う」とありますが、これまでは工程表などで毎年進ちょく等を確認していたと思いますが、3年目を目途に中間点検を行うということに変更していくのかということが質問です。その場合、パブリック・コメントなどはどのタイミングで募集するかなど、何か検討しているものがあれば教えていただきたいです。

それから27ページから28ページ目のデジタル技術の飛躍に対する対応のところですが、経産省の取引透明化法について言及がないのですけれども、同じB2Bであるスマホ新法に言及されているので触れられていないのはバランスが悪いのではないかと感じました。

それから38ページ目、10行目の子供の安全の確保の中の教育保育施設等における事故の発生及び再発防止についてですが、先ほど西田委員からもご指摘があったかと思いますが、近々で事故が発生してしまった窒息や誤飲についてフォーカスされている印象がありました。安全に配慮した食事の指導はもちろんととても重要だと思っておりますけれども、遊具での転落事故や玩具による窒息・誤飲など、広い視野で見えていくべきではないかと思います。

同じく西田委員から事故の再発防止について、今活用されていないデータの利活用についても検討していくべきではないかというご意見に賛同いたします。ぜひ使えるものを検討し、前向きに

事故防止につなげていくべきだと考えます。

それから4章目の各論についてですが、法制度の整備を求めた事項について、総じて文末が「必要な措置を講じる」とか「必要に応じて所要の対策を検討する」とか「検証する」などでまとめられていますけれども、消費者団体といたしましては「検討する」と言い切ってほしいと思います。

最後に、今回の基本計画の中では触れられていないように思うのですが、地方消費者行政強化作戦2020が5年を迎えたあとについての検証ですとかその後の検証が必要ではないかと思っています。地方消費者行政を総括した目標が必要ではないかと思います。以上です。

○山本座長 ありがとうございます。それでは正木委員、お願いします。

○正木委員 資料2の4ページ10行目。「消費者自身が売手となるなど売主像が多様化する中で」に続けて、「売主である消費者を買主から保護しなければいけない場面も考えられる」と追記いただきたいと思います。例えば、売手の個人情報も保護しなければいけないのではないのでしょうか。4ページ16行目。視座はパースティクティブやポイントオブビューを指しますので、この場合は「視野」に修正いただきたいと思います。

9ページ、19行目。循環型経済の要素について、「消費者が、環境に対する負荷が低い商品の購入やサービスの利用」の後に「や」を加えて、例えば、「リデュース・リユース・リサイクルを通じて」を盛り込んではいかがでしょうか。

9ページ、21行目及び10ページの7行目。事業者が消費者と共創・協働することが大切だという点はおっしゃる通りですが、行政との共存も重要です。弊会でヒアリングしたところでは、広島県の安芸高田市や三次市が不用品として引き取った物品を、ヤクルト山陽の方々や、自社商品配達ルートで引き取った不要品と併せて、メルカリに出品・販売した利益を地域に還元する取組をされています。地元の自治体と事業者が協働することは、サーキュラーエコノミー（環境経済）を実現する上で有効です。

第2章12から13ページの体裁ですが、考え方の記載について、末尾が「～にである」と「～こと」という表現が混在していますので、どちらかに揃えていただくといいと思います。

14ページ、3行目。ソフトな手法の活用については、官民でガイドラインを作成するといった取組もありますが、行政にはハード面での対応を期待します。

15ページ、20行目。日本型ウェルビーイングの「日本型」とは何なのか、具体的な説明を伺えればと思います。

16ページ、23行目及び46ページ。「官民のADR・ODR」という書き方をされていますが、ADR・ODRはかなり広い概念ですので、イメージを明確にしていきたいと思います。例えば、24時間365日に対応するカスタマーサービス体制を構築し、売手と買手のトラブルについて仲介をされているC2Cのプラットフォーム事業者がいらっしゃいます。「届いた商品が偽物だった」「壊れたものが届いた」といったトラブルについて、場合によっては返品費用をプラットフォーム事業者が負担する等、トラブル拡大阻止に努めています。こういった民間の取組を是とする意味でADR・ODRを記載されているのでしょうか。それとも、労働紛争において公労使の代表による労働委員会や、紛争調整委員会のように法に基づくあっせんが行えるような、

裁判外の紛争処理手続のようなことを想定しておられるのでしょうか。後者であれば、消費者庁において法整備の必要があります。

18ページ、30行目以降。カスタマーハラスメント対策について、書き込んでいただきありがとうございます。お客様のおっしゃることだからといって全部我慢しなくていいんだと、非常に勇気づけられますけれども、ぜひ、厚労省と連携して取組を進めていただきたいと思います。弊社でもアンケート調査をしておりますが、何がカスハラに該当するのかの線引きは、実際には難しいです。例えば、体が不自由なお客様からの要求が、障害者差別解消法の合理的配慮の範囲なのか、それともカスハラなのかは、受け止める側によって異なります。このテーマについては、厚労省と連携の上、正しい要求の仕方を消費者に訴求いただきたいと思います。

27ページ、10行目。第1章の課題に対応する項目ですので、「消費生活を取り巻く最近の課題への対応」は第1章にあわせて「消費生活を取り巻く現状の課題への対応」に修正されるのがよいと思います。

29ページ目、17行目。「生涯を通しての消費者教育の機会を確保するため、～生涯を通じた切れ目のない消費者教育を提供する」は、表現を見直していただきたいと思います。

29ページ、31行目以降。消費生活のグローバル化の進展への対応について、先週末のインターネットのニュースで、SHEINやTemuといった安価なECサイトが話題になっています。超格安の越境ECサイトは大変な勢いで各国に浸透していて、どの国でも規制を遵守する国内企業のシェアを奪うという深刻な状況にあります。韓国ソウル市政府が、今年6月にこれらサイトに掲載される商品の安全性を検査したところ、女性用下着に、基準の2.9倍もの発がん性物質が含まれていたとの報道がありました。また、アメリカのNPOの調査では、ハロウィンのコスチュームに鉛やカドミウムといった警告レベルを超える化学物質が含まれていたという報道もあります。報道ベースでしか分かりませんが、残念ながら日本の消費者庁がこうした格安オンラインサイトの商品を調査したという話は聞きません。ぜひ調査して、毅然とした法対応をしていただきたいと思います。

37ページ、10行目以降。消費生活用製品安全法改正が紹介されていますが、海外サイトだからといって法執行を諦めるのではなく、国内の管理人の専任や、日本の国内法に違反する事業者への厳正な処分などを適正に執行していただきたいと思います。正しい事業者の健全な市場を守ることでありますし、何より消費者の安全を守るために必要なことであります。

35ページ。食品寄附のガイドラインについては、別途設置されている検討会に弊社も参画させていただいております。私どもが会員企業にヒアリングをしましたところ、企業もフードロス削減に向けて地道な努力をされています。まずはガイドラインの策定からスタートしますが、寄附の出し手と受け手の信頼関係を強化した上で表示規制の緩和や、一定の場合の民事責任の免除などを組み合わせて食品寄附のしやすい仕組みを構築していけるといいと考えております。

私からは以上です。よろしくお願いします。

○山本座長 ありがとうございます。オンラインの大蔵委員、お願いしたいと思います。

○大蔵委員 多くの方が言ってるので、そうじゃない部分だけということをお願いしたいと思います。デジタル関係のところというのは本当にこれから、今日の会議もそうですけど、

まだまだあって、今後一般の方たちも含めてやるというのは結構難しいんだなというのを実感したところなんです。あと全体的な感想といたしましては、内容、量が多くて、消費者庁の消費者関係ってこんなにたくさんを果たしてできるのかと。今日も様々な方が入ってらっしゃると思いますけども、いろんなところと協力していかないと、これを消費者庁が全部やるというのはとてもじゃないけど難しいという感じを受けました。なのでそのへんのところで協力体制のところ、できるところを考えていくということが大事かと思ったのと、もうひとつ、章立てが、私としては分かりにくくて、特に3章のところが唐突感があるというか、1章と4章は対になっているので分かりやすいんですけども、1章と2章のところ、実はパラダイムシフト、こういうのがあるよという具体例があって、2章のところではその抽象化したものとして3つ、目指すべき社会の姿を挙げてらっしゃるんだと思うんですけど、もしかしたらいろんな変化があるということと、それから目指す姿がもともとあって、そのところに変化がどのところに当てはまっていて、それを変えていかなければいけないのかって、どちらが先でどちらがあれというのは難しいかもしれませんけど。1章と2章もちょっと唐突感があったなと思います。3章の消費者政策の推進のところは、こういったことがあるんですけど、次から4章は1章のための課題の解決策となって出てくるので、全体的な構成をもう少し考えてもいいと感じました。あと40年に向けてって、これは事前の説明会のところでもちょっとお話をさせていただいたんですけども、25年から29年の5か年計画ということなんですけども、30年じゃなくて40年に向けてというところが全体のところの最後のところに入っているんですが、その内容がいわゆる当たり前のような内容というか、あるいは悪くもなく良くもなく、こう書いておいたら間違いがないみたいな内容なんですけども、それだったら書く必要があるのかなと思うし、それだったら、40年といったら10年後とか15年後なので、もっとパラダイムシフトが起こっているはずなので、これで果たして40年に向けてと書く、この内容だったら30年に向けてぐらいの方が本当はいいのかなという感じは受けました。

あと最後です懇談会だからいろいろなことをみんなが言うのだと思うんですけども、言いつ放しではなくて、事務局が何か答えてくださるといいですね。あと細かい誤字、字の間違いだとか、そのへんは事前に確認チェックしておいて、大きなところで相談、話し合いができた方が充実するんじゃないかなという感想を今更ながらですけど持ちました。以上です。ありがとうございます。

○山本座長 ありがとうございます。最後の件は会議の進め方についてのご提案、そしてご指摘だったと思いますが、出ている質問につきましては最後にまとめて事務局の方にお答えいただく予定です。それから誤字的なことについては、本日ご発言いただいても結構ですけれども、適宜、会議終了後等、事務局に聞くので、私もそうしようと思っています。ありがとうございます。それでは蟹江委員、お願いします。

○蟹江委員 5、6点あるんですけども、1点目が資料1の方で見えていくと、消費生活のグローバル化の進展というところで、1ページ2ページのところなんですけれども、向こうから日本に来る旅行者のイメージがあるんですけども、逆に日本が向こうに行ったときは消費者の責任というのが出てくると思いますので、そのあたりも触れるべきだと思います。例えば今ハワイでは

プラスチックが入った日焼け止めは使えないことになっていて、日本の日焼け止めはほとんどプラスチックが入っているので、厳密に言えば日本の日焼け止めをハワイで使うと違反になるということなんですね。そこまで厳密な運営がないですけど、でも消費者の意識としてそういったところを喚起するのは大事だと思いますので。こちら側の行ったときの消費者としての責任というのも書いておいた方がいいと思います。それから細かい誤字ところになりますけれども、3ページ目のところで、本体の方ですけども、SDの12番、持続可能な消費と生産のところです。消費者センターと密接に関連するということなんですが、例えば下の方にエネルギーと食料の話これは7番とか2番とか。その話もここで触れているので、消費者行動は全てのSDGsに関係する、その中で特に12番に強く関係しているという書きぶりがいいのではというふうに思います。それから先に行きまして、これで言うと6ページ目のところあたりですけども、持続可能で包摂的な社会の実現というところで、持続可能で包摂的な社会の実現が触れているのですが特に2040年とかその先の話を考えたときに、別のところでもそれらしきことが触れているんですけども、例えば気候変動に適応した消費と生産というのを少し意識するようにしておくことが大事ではないかなというふうに思います。冷暖房の使用もそうですし、プラスチックの使用もそうですけれども、2040年にはだいぶ我々の生活も変わってきていると思いますし、昨今のトレンドの急速な進み具合を見ても、もう少し適応していく点を考えていかないと、ちょっと対応しきれなくなる気がしているので、気候変動への適応です、というような部分を意識していくことが必要だと思います。

それから少し先に行きまして、13ページ目、32行目くらいと思うんですけども、消費者意識の重要さというのは、生産の方にもつながっている。そういう意味でも児童労働だとか、人権の問題であるとかっていろいろ起こっているというところを意識するというのが大事。エシカル消費とか水産エコラベルとかについて、私自身はサステナブル消費という言葉の方がいいんじゃないかなという気がしています。そういったところも関係してくるので、そういった関係もきちんと書き込んでおくことが大事というのと、あとこれは水産エコラベルの推進というのが運用されているんですけど、FSCとか認証制度というのがそういう意味でもすごく大事だと思うので、水産に限らず、例えばASCとかMSCとか、水産に限らず認証の活用をもう少し広く書く。特に水産を推進したいというのであれば、例えばという形で触れるような形がいいんじゃないかなというふうに思います。

同じようにもう少し広い意味でというところで、次のページですけども、食品ロスの削減というのが行われているんですけども、ロスって重要な課題で、消費者庁でよく活動しているところでファッションのところですね、サステナブルファッションの話など、ファッションのロスもあります。サステナブルファッションの話も含めて、もう少し全体を通じてあまり書かれている印象がなかったので、書いてもいいんじゃないか。このロスのところは食品だけではなくファッションのロスも含めて書きこまれてもいいんじゃないかと思いました。

○山本座長　ありがとうございます。それでは坪田委員、お願いします。

○坪田委員　消費生活相談員協会の坪田と申します。よろしくお願いいたします。素案をご用意いただきましてありがとうございます。消費生活相談のまわりのところであるとか、パラダイ

ムシフトについては具体的に分かるようになっていっていると思っております。そして今、私がいくつか感じたことなんですが、随所に消費者とか消費者団体に対する期待というものが書いてあります。例えばたくさんありますので、本当にパッと見て気がついたところでございますけれども、資料2の9ページの例えば21、22行目あたり。10ページになりますとこちらの7行目あたり、6、7、8ですね。そして13ページ、ここにも7行目、8行目あたりにパートナーということで、事業者さんとの関係ということでも出てきております。

そして14ページ、②の上の方、3行目4行目ですか、こちらにも消費者、消費者団体とございます。たくさん消費者団体、消費者への役割・期待を書きいただいている、大変重要なことと考えております。18ページです。こちらも18行目あたりですか、このあたりも消費者について書かれています。そして23ページにも消費者ということを書きいただいています。それから46ページ、他にもあるんですけど。46ページは消費者の紛争解決ということで、消費者団体・適格消費者団体と書かれています。このように非常に消費者問題においては消費者が中心的な立場であって、存在意義があるということを書きいただいているわけです。期待とかいろいろありますが、これまでの消費者団体には、埋もれがちな声を集約し意見をまとめて表明ということが書かれていまして、パートナーであるということも書かれています。しかし、非常に脆弱な消費者の集まりでございますので、小さい力で事業者さんとパートナーとして組むにはあまりにも力の差がありすぎるということを感じております。また消費者団体からして社会情勢の流れの中ですごく状況が変わってきていまして、今、全国的にできつつあります適格消費者団体が、新しい消費者団体の一つの姿としても現れています。法律に基づいてしっかりと消費者問題を考えていくということもできますので、それはひとつ大きなことかなと思います。しかし適格消費者団体としての消費者団体等の活動ではない形、消費者団体の活動は本当に広いですから、環境からそれこそ消費者教育、啓発など全て担っていますので、そうするとそういった消費者及び消費者団体の活動をこれからどうやって発展していくかというのも大きな問題となっております。これは全国的な消費者団体であっても、地方の団体であっても、高齢化が進んだとか、また人の結びつきはこれまでとは違って、デジタル社会となりますと結びつきの環境が違ってきます。おそらく新たな消費者団体の活動というのをこれからどのように見つけていき発展させていくかという時期に来ていると思います。このあたり、消費者団体については書きいただいているんですが、具体的なことは適格消費者団体しか書いていないので、やはりこのデジタル化の社会を迎えた新たな消費者問題において消費者の声を挙げていく消費者団体について、政策的にも考えていただくことをあげていただきたいと思います。特に消費者団体というのはなんとなく私どもの方で名乗っておりますけれども、もっともっと小さい草の根の団体、NPOの法律ができたときにもそういった団体を支援するということできていると思いますので、本当に脆弱な消費者の代表として、高齢者の周囲の方であるとか、障害者の周囲の方であるとか、ひとり親の方とか、いろんな脆弱な消費者になりうる方々の周辺の方々がNPOで活動しています。そういったものをしっかりと消費者行政が拾い上げて活動ができればいいと思っていますが、十分に消費者行政がそういったところを支援していくためにはやはり国の大きな政策がないと実際は動かないという部分がありますので、そのあたりをぜひ盛り込んでいただきたいと思います。

それから消費者生活がグローバル化していった中で、国際的な取組ということを書きいただいているのですけれども、30ページです。消費者団体に期待をされているということであれば、

国際機関との連携、消費者としてもグローバルな消費行動をしますので、国際的な消費者団体との連携、様々な情報を知ることは、やはり国際的な越境取引する立場だと不可欠だと思っておりますので、このあたりもぜひ書き込んでいただきたいと思います。

それからあとはすごく細かいところでございますけれども、まず25ページになります。ここで事業者に対して様々な規律手法のところ、5行目から6行目。消費者被害を起こさないわけではないが、意図的に起こそうとしていたわけではなく、消費者被害の発生拡大防止や賠償・救済に積極的に取り組むといった優良な事業者もある。優良な事業者については、ここは良い意味としては理解しているんですけども、優良という言葉がありますと非常に優れた良いような、良いという「良」の文字とか「優」という文字からの印象が強くなります。この基本計画を一般の方が広く読むのであれば、あえて優良な事業者であるということは書かなくても、このような事業者ということでも十分意味は通じるものかなというふうに感じました。

それから22ページのところですが、相談員の不足について書いていただいております。30行から下の4行目、消費生活相談の職務内容や魅力を効果的に発信ということですが、確かにそうなのですけれども、今試験を受けて、理想をもって就いても、とても魅力的な仕事と思っているだけに実際にいろいろあるわけです。そうするとなかなか続かないというか、話が違うんじゃないかと。私は相談員ですから消費生活相談は魅力的と思っはいるんですけども、魅力的では、内容は分かりません。社会的に非常に意義があるというような、社会的な意義、重要性ということをしつかりと伝えることが重要。魅力的というのはすごくふわっとしてしまっていて、社会的な意義があるからこそやらなくちゃいけないというところを明確にさせていただきたいと思いました。それからカスハラのこと、19ページ、33ページにありました。これはご発言にもありましたが、暴力は明らかに犯罪にも近く、分かるのですけれども、微妙になかなかそこが明確には分からなく、ケースバイケースのところもあります。そうすると、このカスハラをどういうふうに分けるかによって違ってくるがあると思いますので、やはり従業員の方がしつかりとこれはカスハラだと思うことは厳正な形で対応すべきと思いますが、そうではない、そこが分からないところもあります。それはなかなか定義づけが難しいですが、最終的に行き着くところは従業員も一消費者である。一消費者の従業員がどう感じるか、従業員がそう感じることを消費者がどう感じるか、同じですよということに行き着きますので、そこはぜひ従業員の方にも一般の消費者の立場としての消費者教育をしていただきたい、これを進めたいと思うのです。

実際消費者庁では従業員向けの消費者教育の教材も作っていただいているんですが、当然利益、利潤追求の企業の目指すところでは時間が取れないということで、職域の消費者教育が進展しないとかいうことを大変問題視していることは重々承知しているのですが、実はそこしつかりと連動して消費者のあるべき姿というのを自分事として従業員の方が知っていただくことがまず第一にあるのではないかと思います。これをカスハラの方に入れるのか、消費者教育のところに入れるのかは難しいところですが、非常に連動した課題であると考えております。

それとあとすごく細かいですが、17ページに我が国らしいというような言葉が書いてあります。先ほどもご意見にありましたが、我が国らしい包摂的な社会、なんとなく分かるんですけど、何か諸外国とは違う我が国らしいものがあれば教えていただきたいと思いますというふうに思いました。

それからあとはキャッシュレスのところとか、注視すると書いてありますが、注視するだけではなく、しつかりと目的意識を持って見ていただきたいと思いますので、その辺りのところ

もししっかりと文末のところになります書いていただきたいと思います。以上です。

○山本座長 ありがとうございます。それでは柿野委員、お願いします。

○柿野委員 ありがとうございます。私からは4点ほど話をさせていただきたいと思います。資料の2の33ページのところに消費者教育についての記述があります。これを見ておきますと、いろんなところに消費者教育という文字が入っているので、ここだけではないという理解を持ちながらも、消費者教育の推進という文言の内容がこれでいいのかということをまず最初に感じました。コーディネーターのことや、成年年齢の下げ、これは法務省で関わるリーフレットの配布であるとか、ポータルサイトを活用したり、坪田委員の意見にあった従業員向けの研修というのがこの形という、最後の文部科学省の生涯学習の担当課の文章だと思うんですが、つぎはぎの文章だなというふうに思っていました。2日後に大藪委員が座長である消費者教育推進会議の議論もあるわけなんですけれども、この基本計画の5年間でちょうど学習指導要領の改訂の時期にあたりまして、18歳成人に向けた消費者教育を、18歳成人がスタートして最近では児童養護施設の子供がクレジットカードを使ってしまっって自己破産をしたニュースもありましたけれども、それほど大きなトピックになっておらず、忘れ去られたことになっているので、やはり18歳に向けた自立した消費者になるための学校教育の重要性は変わらないと思いますので、もう少し意識して書いていく必要があるんじゃないかなというのが1点目になります。

もうひとつが、33ページの下にみどりの食料システム戦略の推進ということで、農水省の環境負荷低減の見える化が書かれています。最近では食品ロスも経済損失の金額であるとか、あるいは温室効果ガスのどのぐらい出ているかという推計値が出ていて、見える化というところに少し舵が取られているなという印象を持っているんですけれども、このエシカル消費がどれだけ進めてきたかということが全く見えないというところがひとつ課題としてあるなと思っています。イギリスのエシカルコンシューマーという団体が25年前ぐらいから毎年やっているエシカル市場規模調査という取組がありまして、それを日本でエシカル市場規模はどれぐらいかなという推計を行う研究プロジェクトに1年ほど参加していたんですけれども、日本は8兆円という数字が試算では出せたんです。これを推計するにあたって、いろんな省庁とかラベルの団体にどのぐらいの市場規模かというのを問合せをかけているんですけれども、分からないというところが結構ありまして、今後は関係者が意識を持ってデータを積み重ねていくことで、エシカル消費というのがどのぐらい発展してきているのかが見えてくるんじゃないかなと思います。消費者啓発ということも大事なんですけれども、このような見える化の取組が全体の意識の向上ということにつながるんじゃないかということで、環境、負荷低減という観点に加えて経済的な価値の見える化、市場規模の推計も検討を始めていただいてもいいのかなという印象を持っています。それが2点目です。

それからカスハラの話について、やはり今回の基本計画には避けられない内容かなと思っております。よく企業の方に「カスハラよろしくね」と言われるんですけれども、消費者教育でどうやってカスハラを扱っていったらいいのかという、これからこれを検討するという段階にはあると思うんですが、消費者の権利のひとつとして意見を主張していくということもありながら、それをしっかりと担保しながらも、不当な主張ではなくて、そういった意見の言い方みたいなところ

のトレーニングを私たち日本人は十分できていなかったということもあると思います。これから、坪田委員がおっしゃった従業員教育との連動というのもすごく大事だと思います。意見としては18ページの位置づけの問題なんですけど、よくここで持続可能な消費と生産の実現という中にカスハラ項目が入っているんですが、ここなのかなという、むしろもう1個前の15ページの消費者市民社会の実現とか、あるいは、エシカル消費とつながっていく話ではないなとずっと思っています。位置づけがここでいいかどうか、という点をもう一度検討していただくといいかなと思いました。

それから最後なんですけれども、地方消費者行政が消費者政策を担っていただいている部分が多いと思いますが、とある地方消費者行政の課長から、10月に入ってから消費者庁に要望書を出していると聞いていますけれども、地方では財源がなかなか確保できないということを、恒久的な財源確保というような観点で力強く続けていただきたいということです。これは地方消費者行政の課長からぜひ伝えてほしいと言われたので申し上げたんですが、そのメンバーの1人として委員におられる東京都の野口課長も名前を連ねているということでしたので、その内容についてぜひ野口課長からお伝えいただけたらいいかなと思います。私の方からは以上です。

○山本座長 ありがとうございます。他に。村井委員、お願いします。

○村井委員 私の方からは、今までのご意見と重複する点があるかもしれませんが5点ほど申し上げます。

1点目は、資料2の方で申し上げますと、12ページのパラダイムシフトのポツの4つ目と5つ目のところです。5つ目の「消費者をこういった金銭や物・サービス、情報、時間、関心・アテンションをやりとりしている者として捉える」という点については、実際に第4章の方に記載があるこれからの方向性につきましても、27ページの1の(1)のところで、消費者の意思決定過程へのデジタル技術の介入を踏まえた対応ということで、しっかりとそういった情報提供等により消費者の知識の向上を図る具体的な取組をご記載いただいている、こういった意思決定過程へのいろいろな対応策というのが非常に理解できる場所であるのですが、先ほどの12ページに戻しまして、そのひとつ前の、消費者取引としてこのようなことを同じ消費者の情報、時間、関心、アテンションを提供する場合も「消費者取引として消費者生活や消費者法制度において自覚的に捉えていく」ということについて、まだ議論の最中ではあるかと思うんですけれども、実際に次期の消費者計画において「捉えていく」というふうに、確定的に記載するという点についての認識というか、これに対して統一が取れるかどうかという点について伺いたいというふうに感じました。

2点目は先ほど指摘がありましたけど15ページのところの「日本型ウェルビーイング」です。自分らしい、多様性が尊重され自分らしい選択ができて、地域のつながりなど社会の豊かさを実現できる。協調を重視するということが日本型ウェルビーイングということでは言われているのではないかなというふうに理解しているのですが、この日本型ウェルビーイングについても認識が共有できるような形の記載が必要なのではないかなというふうに感じます。これができるのと全体についても非常に協調とかお互いに思いやっていくとか、正しい方向を全員で見ているという形が明らかになるのではないかなと感じます。

3点目が19ページの、やはり今もお話がありましたカスタマーハラスメントというところなのですが、最初に「カスタマーハラスメントについても記載を」というようなことでご意見申し上げたというふうに理解しているのですが、そのときにはしっかりと消費者の皆様とコミュニケーションを取って、事業者としてはこれをしっかりとお伺いして、適切に対応して改善をしたい。より良い消費生活のために尽くしていくと。一方でそうやってコミュニケーションを阻害するような要素としては従業員を疲弊させるような過度な申し入れというのがあるのではないかなということを理解いただく。そういった点で、このところにも入るというようなことを、そういう前提で考えていたのですが、今の柿野委員のご意見で、そういった点もあるなと思ひまして、私の意見はそういう意図でございました。そういう観点からはこの2040年に向けた目標、先ほどもご意見がありましたけども、そういった消費者と事業者のコミュニケーションが充実して、より良い社会に向けて、カスタマーハラスメントという、ひょっとしたら鍵括弧を入れて、そういったものが生じないような社会を実現するというような、象徴としてのカスタマーハラスメントといういわゆる文言というか、そういったことが考えられるかなというふうに感じました。

4点目になりますが、25ページに、先ほどもご意見がありましたけども、優良な事業者のところですが、私が読んでおまして、事業者に対する様々な規律手法の考慮の中で2行目まで、「悪質な事業者もいれば」のところ、いろいろ錯綜というか、言葉が若干わかりづらいかなと思ひまして、次の「消費者被害を起こす」から、「わけではなく」までをちょっと置いておいて、「悪質な事業者もいれば、消費者被害の発生拡大の防止や解消救済に積極的に取り組むといった優良な事業者」もいるので、「優良な事業者については意図せずに消費者被害を発生させたような場合であっても、すぐに制裁を科すのではなくて、事業者が不適切な状況を事実的にすることを是正することを許容し評価する」というような形の内容の理解であるかなというふうに感じました。

ここで優良な事業者というのは確かに私から申し上げるのも何なのですが、規定が難しい面もあるのではないかなと思うので、例えば消費者経営を実践している事業者ですとか、そういうような形もあるかなと思ったのですが、そうすると消費者志向経営だけ、他の施策との関係もあるので、その事業者だけは優良、重んじるみたいな話の誤解が生じても何かなと思ひましたので、そこは他の表現もあるのかなと思ひました。

あともうひとつ、同じ25ページなのですが、27行目に「事業者の問題行動等に対する申し入れを適切な方向で行う」というようなことがあるのですが、これは意図としては分かるのですが、「問題行動」という言葉が、そういう意味では認識の共有ができるのかどうかということは分かりかねますので、ここがちょっと、代案はないのですが気になったところです。

○山本座長　ありがとうございました。発表いただいていない千吉良委員、野口委員いかがでしょうか。それでは千吉良委員、お願いします。

○千吉良委員　伊勢崎消費生活センター千吉良です。私からは1点なんですけども、第4章のところですね、資料2の41ページのところで悪質商法、隙間ビジネスの関係でデジタルを用いた不適当な勧誘ですとか、マルチ商法を駆使したビジネス等への対応ということで、厳正な法執行、厳正な処分ということをうたっていただいているので、結局事実と違ったように誤認をさせるような表示をしている業者に関する相談が結構相談員さんが受けていることが日々ありますので、

そういったアフィリエイト広告ですとか、アフィリエイト広告自体が悪いわけではないんですけども、紛らわしい表現を容認するシステムになっているような見方もできなくもないと言いますか、普通に買い物をして適正な消費行動、経済活動と言いますか、買い物を普通にしようとしているだけでも騙されてしまうような現状がありますので、そういった消費活動、経済活動にブレーキをかけてしまうような状況を取り除いていくような、厳罰化というところとあれなんですけど、厳正な法執行、厳正な処分ということで、抑止力になるようなそういった方面に力を入れていただければなというふうに思います。それで言うと指導権限のある行政官庁さんですとか、そういったところの指導の強化みたいなことも選択肢のひとつとしてはあるのかなというふうに思うんですけども、そういったことで第1章、デジタル技術の飛躍ですとか、第2章の悪質業者の市場からの排除とかと関連して、やはり被害の相談が減るような悪質な表示ですとか営業方法を行う事業者の抑止になるような方向の活動、うたっていたいただいているので、こちらに力が入っていけばいいなというふうに思っております。以上です。

○山本座長 ありがとうございます。それでは野口委員、お願いします。

○野口委員 お時間いただきましてありがとうございます。東京都の消費生活部、野口と申します。東京都の消費生活総合センターも含めまして、地方行政を担っている現場から2点ほどお話をさせていただきます。まず今日の本文の29ページなんですけれども、こちらにデジタルリテラシー、それから金融リテラシー等の確保という項目がございます。それで、項目はデジタルリテラシーというのが入っているんですけれども、本文の内容がやや金融リテラシーの方に寄っているかなという印象を受けました。デジタルリテラシーの方は先ほど千吉良委員がおっしゃったように、41ページの方に厚く書かれているので、おそらく一部が移動したのか、構成の過程でそのようになったのかというふうに考えておりますけれども、まずデジタルリテラシー、あるいはデジタルを用いた不当な勧誘についてセンターで受け付けている相談の状況も踏まえてお話をさせていただきますと、今センターで受け付けている相談の約3割が通販に関するトラブルでございまして、その原因は違反もしくは違反スレスレの広告によるものということでございます。最近も定期購入や被害の多さから特商法、法改正で対応いたしましたけれども、その後すぐにアップセルなど別の手法が出てまいりまして、また新たな被害が発生しているという状況です。どうしても法律等の規制と事業者の不当な手口、いたちごっこになるのはやむを得ない部分はあるかもしれませんが、一方でもう少し柔軟な法に基づく指導や処分、景表法による措置など、検討できないかというふうに痛感しております。具体的には一定期間の不当な表示の事実を追わなければならないというようなことがあると、この間、事業者が逃げていくというようなこともあるので、厳正な法執行という記載もございましたが、法改正に含みを持たせるような計画になると地方としては大変ありがたいというふうに思っております。

それからもう1点、最近多いトイレの詰まりですとか、害虫駆除などのレスキューサービスでございまして、被害はほぼ100%安価な料金を表示するホームページを見て依頼してくると。依頼したらその数十倍倍などの料金を取られた、こういう対応のものでございます。実際依頼主の自宅等に訪れてくる事業者と、それからホームページを制作している事業者は異なるケースが多いので、訪問してくる事業者ではなくてホームページを作成している事業者に対しても何か対応

する方法ができないかというような相談を受けている現場、あるいは指導等を行う現場の実感で
ございます。表示についてはこの数年で大きく性質が変わってきておりますので、そこへの対応
について法改正を視野に入れて、法改正も視野に入れた計画等になっているとありがたいなとい
うふうに地方の現場の声としてございます。これがひとつ、1点目でございます。

それからもうひとつ、我々、最近のトピックとしてはJ－F L E Cさんが設立をされまして、消
費者教育の中での金融教育の重要性というのを改めて認識をしております。こちら本文29ペー
ジに本日の案として記載がございますけれども、書き出しに金融経済教育推進機構のもとでの金
融経済教育という表現があります。J－F L E Cさんと地方自治体で金融経済教育をどのように
実施していくか、このへんの役割分担については模索中のところがあるというのが正直なところ
ですけれども、この「もとでの」という表現になると役割分担になんらか制約が生じるの生じな
いのかというふうに私、始めてこれを見て今日、疑問に思ったので、どちらが上位だとか下位だ
とかそういうことではなくて、何か消費者庁さんとして方針があるのであれば、この「もとでの」
以降を説明いただくか、あるいは今後まだまだJ－F L E Cと地方の中でそれぞれの連携に基づ
いて、連携の実態に基づいてやっていくんだということであれば、連携等ということでは少しやわ
らかな、あるいはのりしろのある表現にさせていただいた方が地方としてはやりやすいかなとい
うふうに思いました。

先ほど柿野委員からもございました、計画の中では地方消費者行政の強化ですとか、国や国政に
よる支援のさらなる強化みたいな記述がありましたので、財政面も含めてしっかりとご対応いた
だきたいということは改めてお願いを申し上げます。以上でございます。

○山本座長 ありがとうございます。これで一通りのご意見いただいたかと思います。いくつ
か質問があったと思しますので、この段階でお答えいただけることにつきましては事務局の方か
ら簡潔にお願いします。

○鮎澤課長 委員の方々、多数のご意見いただきありがとうございます。まず表現、あるいは
誤字などにつきましては、今回速やかに検討させていただきまして修正いたします。この他個別
で各委員からの、ひとつひとつ答えますとなかなか難しいところもございますので、議事の確認
を改めて文書あるいはもう1回11月末にありますので、その際に議事を踏まえながらいただい
たご質問を回答させていただけないかと思っております。またこのあとも引き続き気になる点な
どございましたらこちらにご指摘いただきたいと思いますと思いますが、よろしいでしょうか。

○尾原審議官 地方消費者行政の関係で強化作戦についてこれまでの評価を今後どうするべきか
というご質問がありました。我々が考えておりますのは、今回の第5期の基本計画、第三章のと
ころ、現行計画を丁寧に盛り込ませていただいています。と言いますのは、これまでは基本計
画に基づいて地方消費者行政強化作戦を別途並行して作ってございましたけど、今回は強化作戦の
考え方を基本計画に盛り込みます。ですので第5期の基本計画素案では3.5ページほど触れて
おります。その考え方を入れていますので、その中で今後、これまでどうだったかというところ
につきましては毎年度の地方消費者行政現況調査というのをやっております。その中で現況を
フォローしながらやって、あるいは地方自治体の方々からお声を聞いたり関係者皆さんからお声

をいただいたりきちんと評価をしていきたいと思っております。今後につきましては将来の基本的な方針を基本計画に書いた上で、それをどうやるかということを経後に向けてやていく。その中で、今日はEBPMをどうあるべきかという、すごく抜本的なご質問をいただき、私の理解ではエビデンスに基づくポリシーメイキングの話なので、いろんな人がいろんな意味で解釈すると思うんですけども、その中で我々としてはできるだけエビデンスというのを、定量的なモデルだけでなく様々ご意見をいただきながらエビデンスに基づきながら我々は政策を作っていくというのが基本的な立場かなというふうにいるところでございます。地方消費者行政のところは、明確な扱いはこれまで申し上げていなかったんですけど、強化作戦については今後計画の中に盛り込むということでご理解いただければと思っております。以上でございます。

○山本座長　ありがとうございます。それではいただいたご質問等に対するお答えについては先ほどのようなことでよろしいでしょうか。ぜひ会議や、あるいは次回の会議の中でお答えいただいて、さらにご質問があればしていただく。いろんな誤字等、あるいは表現等についてお気づきの点はまた次の会議までの間に事務局にお伝えいただくこともお願いできればというふうに思っています。

そういうことで予定された時間になっておりますが、何か今日の段階でご指摘いただくことがありますればご発言いただければ。よろしいでしょうか。

ありがとうございます。それでは最後になりますけれども、次回既に出ているところでありますけれども、議事の2で今後のスケジュールをお願いします。

○尾原審議官　ありがとうございます。資料3にございますが、今後のスケジュールの予定でございます。本日29日に第3回ご参加いただきありがとうございます。今後ですけれども、11月の上旬に消費者ブロック会議というものがございまして、各地方の皆さんに第5期消費者基本計画についてご説明を行う予定でございます。そのあと先ほど申し上げましたが、来月の11月下旬に第4回を開催させていただきまして、またご参加ご意見いただきまして、これである程度の意見をまとめさせていただきたいと思っております。そのあとまたこちらの方でもいただいたご意見、反映などさせていただきまして、12月にパブリック・コメント、3月には消費者委員会の意見徴収、さらに全閣僚が参加する消費者政策会議を終えまして、最終的に政府の閣議決定をさせていただく予定でございます。もうしばらくご指導のほどよろしくお願いいたします。

○山本座長　今、予定について何かございますか。

○正木委員　次で最後ということであれば、なるべく早く資料をいただけると誤字も含めて事前に直せると思うので、よろしくお願いします。

○山本座長　なかなか事務局の方も大変な作業ではあると思いますが、できるだけ早く。他はいですか。それでは本日の議事は以上とさせていただきたいと思います。最後、郷野委員、お願いします。

○郷野委員 お時間もないところで。12月に予定のパブリック・コメントのタイミングがわかれば教えていただきたいんですけども。

○鮎澤課長 できれば急げばと思っておるんですけども、11月の下旬のご意見など、あとはそれも確証など調整がございまして、早ければと思うんですけども、もう少し、第4回が終わったあたりである程度日程の目安などをお示しできればと思うんですけども、すいません、今は具体的にということでお示しできず申し訳ございません。

○郷野委員 分かりました。ありがとうございました。

○山本座長 ありがとうございました。それでは事務局、お願いします。

○事務局 本日は、貴重なご意見をいただきましてありがとうございました。いただきましたご意見を踏まえて次期消費者基本計画の素案の内容を精査いたしまして、次回の懇談会で再度お諮りさせていただきたいと考えております。

それでは、以上をもちまして本日の懇談会を閉会とさせていただきます。本日は長時間にわたりましてありがとうございました。

(了)